



Pendampingan Peningkatan Media Pemasaran dan Pengelolaan Manajemen Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah “UMKM Sempulur”

Assistance in Improving Marketing Media and Financial Management Management of Micro, Small and Medium Enterprises "UMKM Sempulur"

Estuning Dewi Hapsari ^{1)*}, Ilham Jua Marimba ²⁾, Juanesmalisa ³⁾

^{1,2,3} Universitas PGRI Madiun, Madiun

Korespondensi penulis: estuning@unipma.ac.id

Article History:

Received: 20 Desember 2023

Revised: 19 Januari 2024

Accepted: 31 Januari 2024

Keywords: MSMEs, Mentoring, Marketing, Finance, Development

Abstract: *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in advancing and improving the economy. Sempulur is one of the MSMEs located on Jalan Pelita Tama No. 2b, Rejomulyo Village, Kartoharjo District, Madiun City. This assistance aims to help the problems faced by Sempulur MSMEs. The service methods used are observation, information collection, problem mapping, implementation of mentoring activities, and problem evaluation. In this activity, the results of MSMEs Sempulur can be seen in the form of increasing marketing media in the form of understanding of social media so that it can improve product marketing. Planned and efficient financial management. For the government, it is better to provide individual guidance and mentoring to MSMEs to assist in business planning, management, and development.*

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam memajukan dan meningkatkan perekonomian. Sempulur merupakan salah satu UMKM yang berlokasi di Jalan Pelita Tama No. 2b, Desa Rejomulyo Kec. Kartoharjo Kota Madiun. Pendampingan ini bertujuan untuk membantu masalah yang dihadapi oleh UMKM Sempulur. Metode pengabdian yang digunakan yaitu, observasi, pengumpulan informasi, pemetaan masalah, pelaksanaan kegiatan pendampingan, dan evaluasi masalah. Dalam kegiatan tersebut dapat dilihat hasil UMKM Sempulur berupa peningkatan media pemasaran dalam bentuk pemahaman mengenai media sosial sehingga dapat meningkatkan pemasaran produk. Pengelolaan manajemen keuangan yang terencana dan efisien. Bagi pemerintah sebaiknya memberikan bimbingan dan mentoring secara individual kepada UMKM untuk membantu dalam perencanaan, manajemen, dan pengembangan bisnis.

Kata Kunci: UMKM, Pendampingan, Pemasaran, Keuangan, Pengembangan

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam memajukan dan meningkatkan perekonomian daerah maupun negara. (Dahlan 2017) menyatakan bahwa Kegiatan UMKM menjadi pendorong utama dalam pembangunan ekonomi. Adanya UMKM ini telah menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan. Bagi negara berkembang, UMKM dapat menghasilkan tenaga kerja yang produktif dan inovatif. Kepekaan pelaku usaha dalam merespon perubahan teknologi, serta UMKM memiliki keunggulan dalam fleksibilitas daripada usaha besar.

Upaya mengoptimalkan keikutsertaan UMKM dalam pembangunan ekonomi menjadi sebuah keharusan bagi masyarakat yang daerahnya memiliki potensi. Potensi yang dimiliki meliputi potensi dari sumber daya alam maupun potensi lainnya. Setiap daerah diharapkan berlomba-lomba memanfaatkan dan mengerahkan seluruh kemampuan mereka untuk mengembangkan potensi daerah. Daerah dapat mengubah potensi yang dimiliki menjadi lebih bernilai ekonomis agar dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka. Pada masing-masing daerah terdapat potensi lokal yang dapat menjadi produk unggulan daerah, dimana ini memiliki peranan penting yaitu sebagai sumber penghasilan bagi masyarakat.

Berkembangnya UMKM ke arah yang lebih maju diharapkan mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan memanfaatkan potensi lokal secara optimal. Lapangan pekerjaan yang ada dapat memberikan kontribusi pada daerah dan negara dibidang ekonomi. Namun, potensi yang ada tidak seimbang dengan permasalahan yang sedang dihadapi UMKM. UMKM yang

UMKM selalu menginginkan usahanya berkembang sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pangsa pasarnya. Hal ini adalah langkah yang cukup sulit, terutama bagi UMKM yang masih sangat terbatas dari segi pengetahuan dan kemampuan manajerial, terutama dari segi pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu ujung tombak dalam menarik konsumen. Pemasaran yang baik adalah pemasaran yang tidak hanya meningkatkan konsumen dari segi jumlah saja tetapi bagaimana cara suatu bisnis dapat mempertahankan konsumennya dari waktu ke waktu. Masalah lain yang juga sering dihadapi UMKM yaitu pada pengelolaan keuangan usaha. Tidak sedikit pengusaha UMKM di Indonesia yang kurang mampu mengimplementasikan pengelolaan keuangan pada usahanya.

Menurut Eugene F. Brigham and Joel F. Houston (2012) pengelolaan keuangan atau manajemen keuangan adalah suatu proses dalam pengaturan aktivitas atau kegiatan keuangan dalam suatu organisasi. Kegiatan keuangan meliputi perencanaan, analisis, dan pengendalian terhadap kegiatan keuangan. Pengelolaan keuangan berfungsi sebagai alat untuk mencapai maksimal nilai perusahaan dengan melakukan minimalisasi biaya dalam penggunaannya dan mengatur alokasi dana secara efisien. Hal tersebut menunjukkan bahwa penting untuk melakukan pengelolaan keuangan yang efisien. Langkah yang harus dilakukan pelaku UMKM agar tercapai *cash flow* yang positif dengan melakukan analisis kelayakan bisnis.

Menurut Suliyanto (2010) untuk memperoleh kesimpulan yang kuat dalam menjalankan sebuah ide bisnis yaitu dengan studi kelayakan bisnis yang mendalam. Adapun beberapa aspek

kelayakan bisnis, yaitu:

1. Aspek hukum menganalisis kemampuan pelaku bisnis dalam memenuhi ketentuan hukum dan perizinan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis di wilayah tertentu.
2. Aspek lingkungan menganalisis kesesuaian lingkungan sekitar (baik lingkungan operasional, lingkungan dekat, dan lingkungan jauh) dengan ide bisnis yang akan dijalankan. Dalam aspek ini dampak bisnis bagi lingkungan juga dianalisis.

Aspek pasar menganalisis potensi pasar, intensitas persaingan, *market share* yang dapat dicapai, serta menganalisis strategi pemasaran yang dapat digunakan. Guna mencapai *market share* yang diharapkan ada beberapa aspek yang dapat dilakukan, diantaranya sebagai berikut.

1. Aspek teknis menganalisis kesiapan teknis dan ketersediaan teknologi yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis.
2. Aspek manajemen dan sumber daya manusia, menganalisis tahap-tahap pelaksanaan bisnis dan kesiapan tenaga kerja, baik tenaga kerja kasar maupun tenaga kerja terampil yang diperlukan untuk menjalankan bisnis.
3. Aspek keuangan, menganalisis besarnya biaya investasi dan modal kerja serta tingkat pengembalian investasi dan bisnis yang akan dijalankan.

UMKM Sempulur pada praktiknya sering mengalami kesulitan dalam menarik konsumen dengan metode pemasaran yang masih konvensional. Pangsa pasar UMKM Sempulur belum cukup luas sehingga penjualan juga belum maksimal. Selain itu, UMKM Sempulur juga belum mengimplementasikan pengelolaan keuangan secara baik sehingga keuangan usaha tidak dilaporkan secara jelas. Hal tersebut dapat membuat kerugian yang tidak terduga dalam pelaksanaan usahanya. Maka dari itu dibutuhkan pendampingan yang dapat membantu menyelesaikan permasalahan tersebut.

Pendampingan ini dilakukan untuk membantu pengusaha UMKM agar dapat bertahan dan berkembang di era kompetisi yang semakin sengit. Sebagaimana yang telah dijelaskan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Sempulur seperti pemasaran dan pengelolaan keuangan diharapkan dari pendampingan ini pemilik UMKM dapat mengembangkan usahanya dengan meminimalisir masalah yang dihadapi. Selain itu, pendampingan ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran dan pemahaman sehingga membuat pelaku UMKM dapat memaksimalkan potensi media sosial untuk perkembangan usahanya ke depan. Pendampingan ini juga dilakukan untuk memenuhi tugas dari mata kuliah Manajemen Usaha Kecil dan Menengah.

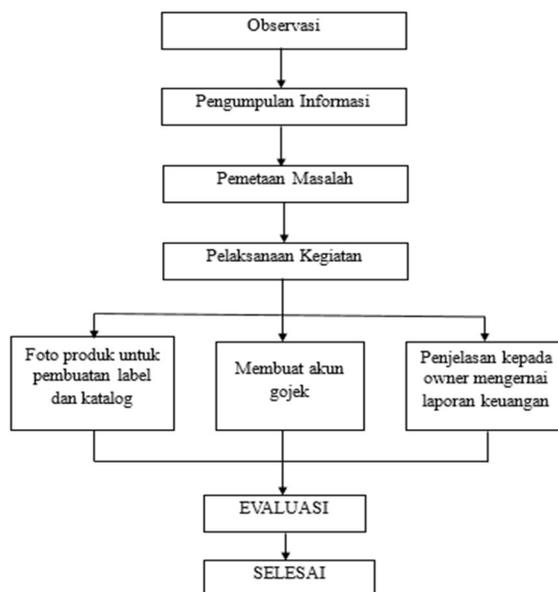
Program pendampingan ini merupakan pengalaman praktis yang memberikan manfaat positif bagi mahasiswa. Mahasiswa dapat mengembangkan pengetahuan di dunia bisnis dan meningkatkan keterampilan personal serta kesadaran sosial dengan belajar memahami tantangan dan kebutuhan yang dihadapi oleh UMKM. Selain itu, dari program pendampingan ini pelaku UMKM terbantu dalam mengembangkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam mengelola bisnis. Hal ini dapat meningkatkan kapasitas mereka dalam menghadapi tantangan bisnis dan meningkatkan kualitas produk atau layanan yang mereka tawarkan.

METODE

Program pendampingan UMKM ini merupakan program yang melibatkan mahasiswa secara langsung agar terjun ke masyarakat untuk meningkatkan kemampuan melalui masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Metode pelaksanaan pendampingan ini melalui beberapa tahapan yang dilakukan selama satu bulan, beberapa tahapan tersebut diantaranya:

1. **Observasi:** Program pendampingan UMKM ini diawali dengan kegiatan observasi dimana kelompok mahasiswa mencari tahu gambaran awal tentang bisnis UMKM yang akan dilakukan pendampingan. Kegiatan ini melibatkan dosen pengampu mata kuliah Manajemen Usaha Mikro dan Menengah untuk memberikan arahan.
2. **Pengumpulan Informasi:** Setelah gambaran awal UMKM yang akan didampingi, kelompok mahasiswa selanjutnya yaitu pengumpulan informasi terkait kegiatan bisnis UMKM Sempulur. Informasi terkait kegiatan bisnis diperoleh dari owner dengan proses wawancara.
3. **Pemetaan Masalah:** Dari informasi yang telah diperoleh maka kegiatan selanjutnya yaitu memetakan beberapa masalah yang dihadapi UMKM Sempulur sesuai tingkat prioritas masalah dan sekaligus pembagian kerja anggota kelompok mahasiswa untuk menyelesaikan sesuai dengan konsentrasi masing-masing. Dalam pemetaan masalah ini juga dirumuskan rencana solusi dari masalah yang diadapi.
4. **Pelaksanaan Pendampingan:** Dari pembagian kerja yang telah disesuaikan maka kegiatan selanjutnya yaitu implementasi pendampingan sesuai dengan rencana yang telah disusun sebelumnya. Dari masalah yang dihadapi maka kegiatan perbaikan yang dilakukan diantaranya:

- a. Foto produk untuk pembuatan katalog
 - b. Membuat akun Gojek
 - c. Penjelasan kepada owner mengenai laporan keuangan.
5. Evaluasi: Dalam pelaksanaan program pendampingan UMKM Sempulur oleh mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Madiun tetaplah dibawah pemantauan dari dosen pembimbing lapangan yang telah ditugaskan sehingga di akhir pelaksanaan perlu dilakukan evaluasi agar tercapai tujuan program yang efektif.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

HASIL

Berdasarkan kegiatan pendampingan UMKM yang menerjunkan langsung mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Madiun dengan didampingi oleh dosen pembimbing lapangan di UMKM Sempulur dapat dijelaskan hasil program serta dampak yang cukup signifikan terhadap perubahan mitra selama proses pendampingan baik pada produksi, penjualan, maupun pengelolaan.

Hal tersebut dapat dilihat dari tahapan pendampingan UMKM yang dilakukan sebagai berikut:

1. Observasi

Dari tahapan ini diperoleh data gambaran awal bisnis UMKM Sempulur ini telah didirikan sejak tahun 2010 oleh Ibu Sumarni yang berlokasi di Jalan Pelita Tama No. 2b Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Kartoharjo, Kota Madiun.

2. Pengumpulan Informasi

Dari wawancara dengan owner diperoleh informasi terkait masalah yang dihadapi oleh UMKM Sempulur diantaranya:

- a. Owner belum memiliki katalog produk untuk mengenalkan produknya kepada konsumen dan Label produk masih sederhana
- b. Owner belum memiliki akun Gojek untuk usahanya
- c. Laba Rugi usaha tidak jelas karena owner masih kesulitan dalam pembuatan laporan keuangan
- d. Owner belum memiliki media sosial sebagai media pemasaran usahanya
- e. Pemetaan Masalah

Dari pengumpulan informasi dapat diperoleh masalah yang dihadapi oleh owner. Selanjutnya mahasiswa mendiskusikan masalah tersebut bersama-sama, sehingga dapat dirumuskan rencana kegiatan yang akan dilakukan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi serta pembagian tugas kepada seluruh anggota.

Tabel 1. Rencana Kegiatan

Minggu ke	Hari	Rencana Program Kerja
1	1 (Senin)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diskusi dengan owner terkait desain label kemasan. ✓ Mengeksekusi desain label kemasan
	3 (Rabu)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Foto produk ✓ Editing desain katalog
2	1 (Senin)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Membuat akun gojek ✓ Verifikasi dan memasukkan foto produk
	3 (Rabu)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Memberikan informasi terkait layanan pengiriman yang direkomendasikan ✓ Trial and error packaging
3	1 (Senin)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diskusi lebih mendalam bersama owner masalah keuangan yang dihadapi ✓ Pemaparan solusi untuk masalah yang dihadapi
	3 (Rabu)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Penjelasan kepada owner mengenai solusi terhadap laporan keuangan UMKM ✓ Trial and error
4	3 (Rabu)	Pengelolaan

3. Pelaksanaan Kegiatan

a. Pembuatan desain label dan katalog

Pembuatan desain label dan desain katalog dengan menggunakan jasa desain. Pada desain label tersebut diberikan nama usaha, komposisi, produk yang dijual, dan juga tanggal produksi serta foto produk yang dijual. Lalu pada desain katalog meliputi nama produk yang dijual beserta harga produknya. Desain label dan desain katalog yang baik dapat meningkatkan efektivitas yang tinggi dan bisa menarik pelanggan ataupun pembeli.



Gambar 2. Katalog UMKM Sempulur

b. Mendaftarkan UMKM ke E-Commerce Aplikasi Gojek dan Packaging produk UMKM keluar kota

E-Commerce merupakan tempat belanja online yang sangat dibutuhkan oleh kalangan manapun. Karena aplikasi gojek ini memudahkan orang dalam memesan apapun disana, maka jajanan Sempulur ini akan dipasarkan melalui aplikasi gojek agar UMKM ini lebih dikenal oleh masyarakat dan lebih banyak peminatnya. Kegiatan ini membantu pemilik UMKM dalam mendaftarkan jajanan produk Sempulur di E-commerce yaitu gojek. Kondisi tersebut sesuai pendapat Zakiyatun, M.E.Candra, and Al Masah (2022) yang menyatakan bahwa kegiatan jual beli online semakin marak karena didukung oleh berbagai situs untuk melakukan transaksi jual beli.

Kegiatan lain yang dilakukan yaitu tentang packaging ke luar kota. Merapikan packaging atau tempat untuk produk Sempulur yang akan dikirim keluar kota dari plastik menjadi toples dan box. Desain packaging yang baik dapat mensinergikan dan

mengintegrasikan dari beberapa elemen desain dan fungsi kemasan, sehingga dihasilkan kemasan yang memiliki tingkat efektifitas, efisiensi dan fungsi yang sesuai baik dalam produksi kemasan sampai kegunaan kemasan.



Gambar 3. Proses Pembuatan Gojek



Gambar 4. Akun Gojek Sempulur

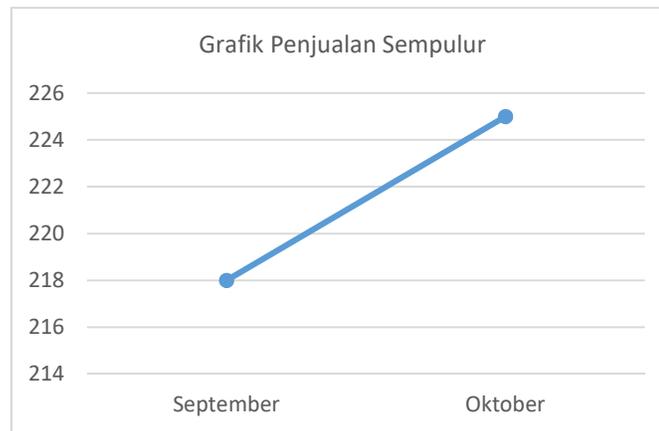
c. Mendaftarkan UMKM ke Sosial Media Instagram

Media sosial bisa digunakan untuk menunjang strategi marketing bisnis Sempulur. Internet memberikan berbagai dampak positif terhadap perkembangan ekonomi masyarakat, karena banyak sekali pelaku usaha yang telah memanfaatkan teknologi untuk menjual produk dan jasa mereka. Di masa sekarang, sosial media seperti Instagram dan aplikasi Gojek sudah menjadi tempat berjualan karena berjualan online tidak perlu mempunyai toko.

commerce. Bisnis UMKM dengan basis digital sangat mudah diakses oleh konsumen sehingga akan mudah dikenal (Marlinah,2020)

b. Penjualan

Grafik 2. Penjualan Sempulur



Setelah dilakukannya pendampingan diperoleh data produksi meningkat sebanyak 3,5% dari sebelumnya. Meningkatnya penjualan ini akan berdampak pada pendapatan pekerja. Semakin meningkat pendapatan maka akan meningkat pula kondisi ekonomi masyarakat.

c. Pengelolaan

Terdapat peningkatan pengelolaan manajemen sempulur, terutama pengelolaan manajemen keuangan sebelum adanya pendampingan dan setelah diadakannya pendampingan.

KESIMPULAN

Pendampingan UMKM sangat penting untuk membantu pengembangan dan pertumbuhan usaha. Dengan adanya pendampingan, UMKM dapat memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan bimbingan yang diperlukan untuk mengatasi tantangan dan mengoptimalkan peluang. Pendampingan dapat membantu UMKM dalam hal perencanaan, manajemen, pemasaran, akses ke pasar, keuangan, dan teknologi. Pendampingan dapat dilakukan oleh pemerintah, lembaga non-pemerintah, universitas, asosiasi bisnis, dan profesional terkait. Dengan adanya pendampingan yang efektif, diharapkan UMKM dapat berkembang lebih baik, menciptakan lapangan kerja baru, dan berkontribusi dalam perekonomian secara keseluruhan.

DAFTAR REFERENSI

- Dahlan, M. “Peran Pengabdian Pada Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM).” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 4 (2017): 81–86.
- Eugene F. Brigham, and Joel F. Houston. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan (Terjemahan)*. Jakarta: Salemba Empat, 2012
- Marlinah, L. “Peluang Dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19.” *Jurnal Ekonomi* 118, no. 124.(2020): 22–2.
- Suliyanto. *Studi Kelayakan Bisnis, Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010.
- Zakiyatun, Nufus, M.E.Candra, and N.I Al Masah. “Pelatihan Membuat Toko Di MP Tokopedia Hingga Promo Produknya.” *Laporan Pengabdian Masyarakat* 4, no. 4(2022): 9–16.